

PERILAKU DAN SIKAP MANAJER PRODUKSI USAHA KECIL DAN MENENGAH: KAJIAN TEORI PERILAKU

Setyabudi Indartono

Universitas Negeri Yogyakarta
setyabudi_indartono@uny.ac.id

Abstract

This study is aimed to explore various models of behaviors and attitude of production manager of small medium enterprises. The theoretical perspectives are used to evaluate their behavior and attitude at work. The various points of view is believed to generate different angles of behavioral and attitudinal criteria. Hence the characteristic of job and basic conditions of the business and managers to be considered on the analysis of this study. The antecedents and outcomes of their behavior and attitudes conclude on this study to represent the general behaviors and attitude of production manager for small medium enterprises. Limitations and future research are discussed.

Keywords: behavior, attitude, production manager, small medium enterprises

Pendahuluan

Kajian bisnis skala kecil menengah terutama di negara berkembang dianggap menarik untuk diungkapkan di tengah persaingan bisnis global dengan skala modal yang sangat besar (D'Angelo, Majocchi, Zucchella, & Buck, 2013; Dickson, Weaver, & Vozikis, 2013; Baporikar, 2014; Ocloo, Akaba, & Worwui-Brown, 2014; Rittenhofer, 2015; Makasi, & Govender, 2015; Rahman, Yaacob, & Radzi, 2016). Riset sebelumnya menunjukkan bahwa kunci keberhasilan bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) sangat bergantung dari berbagai faktor diantaranya adalah faktor kualitas produksi, intensitas pemasaran, kualitas SDM, dan dukungan modal (Herliana, 2015; Gashi, Hashi, & Pugh, 2014; Satanova, & Sedliacikova, 2014; Rana, & Sørensen, 2013; Mohiuddin, & Su, 2013; Sakka, 2013; Fornasiero, & Zangiacomì, 2013). UKM dianggap memiliki permasalahan produksi dalam hal kapasitas produksi, kualitas produksi, dan kecepatan dalam menangani permintaan pasar yang besar. Sementara keterbatasan akses pasar, penguasaan pasar, jaringan pemasaran, dan prediksi terhadap kebutuhan pasar dimasa yang akan datang tidak mampu dikelola dengan baik oleh

UKM. Sehingga *market size* UKM dianggap tidak mampu berkembang dengan baik (Agus, Isa, Farid, & Permono, 2015; Bianchi, & Wickramasekera, 2016). Sedangkan SDM pengelola bisnis UKM dianggap memiliki kualifikasi yang tidak optimal secara profesional, ditambah dengan keterbatasan dukungan dan akses modal yang sering dianggap menjadi kendala utama bagi para pemilik bisnis UKM (Pattitoni, Petracci, Potì, & Spisni, 2013; Le, & Wang, 2013; Fabeil, Marzuki, Rahim, Pazim, & Langgat, 2016). Hal ini mengakibatkan jumlah UKM yang cukup besar ditengah masyarakat dan diyakini mampu melibatkan SDM yang luas masih kurang mampu bersaing dengan bisnis korporasi besar (Vijayakumar, 2013; Halim, Ahmad, Ramayah, & Hanifah, 2014). Meskipun UKM memainkan peran penting, kajian empiris menunjukkan bahwa peran usaha kecil menengah tidak memainkan peran penting dalam mengubah status kemiskinan secara nasional dan peningkatan standar hidup. UKM dianggap belum mampu menunjukkan diri dalam persaingan dalam industri sangat tinggi yang memaksa UKM untuk membedakan produk dan layanan mereka dibandingkan dengan pesaing mereka. Oleh karena itu UKM dituntut untuk mengembangkan inovasi produk bisnisnya dalam pertumbuhan persaingan dalam bisnis.

Penanggung jawab unit operasional dan produksi di UKM dituntut untuk memiliki inovasi yang tinggi dalam menghasilkan produk yang kompetitif. Mereka harus memahami perkembangan tuntutan pasar. Produk yang memiliki tingkat kemanfaatan tinggi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, efektifitas daya jangkau pelanggan terhadap ketersediaan produk di pasar, dan persaingan harga menjadi faktor utama inovasi di UKM. Sehingga inovasi akan menghasilkan produk baru, berbeda dan unik (Halim, Ahmad, Ramayah, & Hanifah, 2014; Klewitz, & Hansen, 2014). Dalam teori perilaku terencana (*the theory of planned behavior*), seseorang dianggap memiliki kecenderungan berperilaku merupakan akibat dari adanya proses evaluasi terhadap perilaku sebelumnya. Oleh karena itu manajer produksi UKM harus mengembangkan inovasi dengan memperhatikan inovasi proses, inovasi organisasional dan inovasi produk. Mereka harus memiliki perspektif inovasi yang terdiri dari cara pandang yang menghubungkan pembangunan berkelanjutan dengan kewirausahaan, peduli terhadap perbaikan lingkungan dan mengarahkan manajemen eko-inovasi dari perspektif strategi. Temuan riset sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan dalam proses produksi harus memperhatikan produksi yang bersih seperti penanganan sampah produksi, penanganan ekosistem yang efisien, dan manajemen logistik yang efisien. Sementara inovasi produk harus memperhatikan desain lingkungan produksi, analisis *life-cycle*, perputaran pembiayaan,

penggunaan material, pengepakan, dan memperhatikan produk-produk organik. Dengan berbagai keterbatasan UKM, maka disarankan pengembangan inovasi yang dilakukan perlu melibatkan sumberdaya eksternal (Spithoven, Vanhaverbeke, & Roijackers, 2013). Namun hal ini dapat mengakibatkan tambahan pembiayaan dan sumber daya lain yang tidak mudah dikendalikan oleh bisnis di tingkat UKM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai model perilaku dan sikap manajer produksi usaha kecil menengah untuk meningkatkan peran manajer produksi dalam menguatkan bisnis UKM. Perspektif teoritis digunakan untuk mengevaluasi perilaku dan sikap mereka di tempat kerja.

Usaha Kecil dan Menengah dan Batasannya

Usaha kecil dan menengah (UKM) atau usaha kecil dan menengah (UKM) adalah bisnis yang jumlah pekerjanya di bawah batas tertentu. Setiap negara memiliki perbedaan dalam penentuan ukuran bisnis UKM. Misalnya sebagian besar bisnis Mesir berukuran kecil, dengan 97 persen mempekerjakan kurang dari 10 pekerja. Sedangkan di Kenya, perusahaan mikro, jumlah maksimum karyawan hingga 10 karyawan. Untuk perusahaan kecil, dari 10 hingga 50. Untuk perusahaan menengah, dari 50 hingga 100. Di Afrika Selatan, UKM adalah perusahaan apa pun dengan satu atau lebih karakteristik berikut: Lebih sedikit dari 200 karyawan, omset tahunan kurang dari R64 juta, Aset modal kurang dari R10 juta, dan keterlibatan manajerial langsung oleh pemilik. Sementara di Indonesia, pemerintah mendefinisikan usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan aset dan pendapatan mereka. Sedang di Bangladesh mendefinisikan usaha kecil dan menengah berdasarkan Aset Tetap, Tenaga Kerja dan pergantian tahunan dan mereka jelas bukan perusahaan pemerintah.

Jumlah UKM jauh lebih banyak daripada perusahaan besar dan UKM juga mempekerjakan lebih banyak orang. Misalnya, UKM Australia membentuk 97% dari semua bisnis Australia, menghasilkan sepertiga dari total PDB, dan mempekerjakan 4,7 juta orang. Di Chili, pada tahun komersial 2014, 98,5% perusahaan dikategorikan sebagai UKM. Di Tunisia, pekerja wiraswasta saja menyumbang sekitar 28% dari total pekerjaan non-pertanian dan perusahaan dengan kurang dari 100 karyawan bertanggung jawab atas sekitar 62% dari total pekerjaan. Di negara berkembang, perusahaan kecil (mikro) dan informal, memiliki andil yang lebih besar daripada di negara maju. UKM juga dikatakan memiliki peran untuk mendorong inovasi dan persaingan di banyak sektor ekonomi.

UKM dianggap penting dari sisi ekonomi dan sosial karena peran sektor ini dalam pekerjaan. Karena ukurannya, UKM sangat dipengaruhi oleh pemilik usahanya. Para pemilik usaha UKM sering kali adalah sebagai pendiri, pengelola, dan manajer UKM. Tugas seorang pemilik di UKM sulit seperti CEO perusahaan besar. Mereka perlu mengalokasikan waktu, energi, dan asetnya secara strategis untuk mengarahkan bisnisnya. Riset di UKM menunjukkan bahwa kepercayaan dan pengetahuan interpersonal memiliki peran yang besar. Hasil riset menunjukkan berbagai macam tantangan yang dihadapi oleh UKM. Cant & Wiid (2013) mengidentifikasi inflasi dan tingkat bunga, kejahatan dan pengangguran, permintaan rendah untuk produk, strategi penetapan harga yang salah dan lokasi bisnis menjadi masalah utama yang dialami oleh UKM. Sementara Agwu & Emeti (2014) menemukan bahwa pembiayaan yang buruk, infrastruktur sosial yang tidak memadai, kurangnya keterampilan manajerial dan perpajakan berganda adalah tantangan utama yang dihadapi UKM. Sedangkan Mukumba (2014) menganggap bahwa menarik pelanggan tetap dan kinerja produk adalah faktor penentu keberhasilan yang dapat mengarah pada keberlangsungan UKM.

Tuntutan produksi dan perilaku manajer

Kapasitas produksi di UKM sangat tergantung dengan modal yang dimiliki. Kemampuan mengakses dana dan modal bagi pelaku UKM sangat berpengaruh pada kemampuan produksi bisnisnya. Keterbatasan jaringan pemasok bagi UKM dianggap meningkatkan tingkat kesulitan UKM dalam meningkatkan produksinya (Gopichandran, Shah, Patel, & Harinarayana, 2013). Oleh karena itu kepemimpinan dalam pengelolaan UKM memiliki peran yang semakin mendasar dalam manajemen bisnisnya. Sehingga, manajer dan pemilik UKM memainkan peran penting dalam mendorong dan mendukung inisiatif karyawan secara perorangan dan dalam meningkatkan prosedur kerja untuk kepentingan bisnisnya (Franco & Matos, 2015). Mereka harus mengikuti tuntutan karakteristik keberlanjutan, yang menggabungkan antara kepentingan perusahaan, kolaboratornya dan lingkungan. Sehingga memimpin bisnis UKM menuntut karakteristik dan fitur kepemimpinan sesuai; mengelola aspirasi, motivasi dan niat yang positif; dan perilaku atau peran pemimpin yang lebih produktif. Namun gaya kepemimpinan yang sesuai untuk UKM sangat tergantung pada karakteristik lingkungan operasinya, seperti dinamisme atau kompetitif, serta pada sektor dan wilayah geografisnya. Gaya kepemimpinan transformasional hanya mendorong peningkatan kinerja di

lingkungan bisnis UKM yang dinamis, dan berpotensi meningkatkan kemungkinan karyawan untuk mengambil risiko.

Model Perilaku dan sikap manajer produksi UKM

Model perilaku manajer produksi UKM meliputi eksplorasi berbagai faktor penyebab sebuah perilaku dan sikap ditunjukkan oleh seseorang serta efek dari perilaku tersebut dan kondisi kontekstual sebuah perilaku muncul. Perilaku kepemimpinan manajer produksi UKM ditunjukkan dengan model *leadership style*, yang terdiri dari transaksional, transformasional, dan gaya kepemimpinan layanan (*servant*). Praktik kepemimpinan manajer produksi UKM yang buruk dalam bisnis kecil adalah penyebab banyak kegagalan bisnis kecil. Keterampilan kepemimpinan manajer produksi UKM harus relevan dengan lingkungan bisnis kecil yang bergejolak. Para pemimpin manajer produksi UKM membutuhkan pemahaman yang lebih baik tentang gaya kepemimpinan untuk menunjukkan perkembangan dan kemajuan dalam mencapai tujuan dan sasaran produksi (Valdiserri, & Wilson, 2010).

Dalam usaha kecil dan menengah (UKM), gaya kepemimpinan manajer produksi dapat memiliki dampak kuat pada inovasi dan kinerja perusahaan. Kepemimpinan transaksional adalah hubungan antara pemimpin dan pengikut mereka yang didasarkan pada imbalan (İşcan, Ersarı, & Naktiyok, 2014). Kepemimpinan transaksional diyakini oleh harapan yang menyesuaikan imbalan dan hukuman yang sesuai dengan kinerja (Matzler, Schwarz, , Deutinger, & Harms, 2008). Sehingga kepemimpinan transaksional manajer produksi UKM harus menyesuaikan tindakan dengan motivasi ekstrinsiknya. Dengan anggapan bahwa pemimpin transaksional manajer produksi UKM sangat berkonsentrasi pada implementasi strategi sehingga hal ini dapat meningkatkan kinerja organisasi. Pemimpin transaksional mampu memenuhi kebutuhan karyawan dengan cara melakukan pengakuan dan penghargaan terhadap pekerjaan bawahan mereka. Seorang pemimpin transaksional manajer produksi UKM mampu memotivasi karyawan untuk melakukan tugas mereka yang berfokus pada kesalahan dan keluhan karyawan (Valdiserri, & Wilson, 2010). Kepemimpinan transaksional dianggap sukses menggerakkan bisnis UKM untuk mencapai keberhasilan organisasi. Memberikan penghargaan pada karyawan digunakan agar mereka dapat berkonsentrasi pada tugas mereka, sehingga pemimpin transaksional manajer produksi UKM melakukan penekanan pada pengembangan proses dalam menetapkan tujuan, mengarahkan, dan berusaha untuk memanipulasi dan mengendalikan situasi. Namun UKM memiliki sumber daya yang terbatas

dan tidak mampu memberikan kepemilikan saham kepada karyawannya mereka tidak memiliki cukup kelonggaran keuangan dalam menjalankan gaya kepemimpinan transaksional. Oleh karena itu studi ini menyarankan:

Proposisi 1: kepemimpinan transaksional manajer produksi UKM tidak diaplikasikan dalam menjalankan bisnis UKM

Kepemimpinan transformasional dianggap lebih penting daripada gaya kepemimpinan yang lain Untuk mencapai tujuan keseluruhan dari kinerja yang unggul dari perusahaan karena kepemimpinan transformasional meningkatkan inovasi organisasi dengan mengambil inisiatif (Yasin, Nawab, Bhatti, & Nazir, 2014), mampu menjadi faktor penting untuk meningkatkan profitabilitas dalam bisnis kecil. Struktur dalam bisnis kecil UKM biasanya informal atau datar, yang memungkinkan semua karyawan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang operasi bisnis sehari-hari. Non-kinerja tanggung jawab kepemimpinan menunjukkan ketidakmampuan pemimpin untuk mencapai profitabilitas dan kesuksesan, yang mengarah pada kegagalan (Valdiserri, & Wilson, 2010). Sehingga dorongan dari para pemimpin transformasional manajer produksi UKM mampu memberi inspirasi karyawan untuk mencapai kepuasan pribadi. Memberi karyawan wewenang untuk membuat keputusan menunjukkan fleksibilitas dalam kepemimpinan. Beberapa usaha UKM, manajer produksi UKM memiliki pengetahuan dan pemahaman yang kurang tentang lingkungan industrinya. Namun, dalam struktur dalam bisnis UKM yang biasanya informal memungkinkan semua karyawan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang operasi bisnis sehari-hari. Sehingga studi ini menyarankan:

Proposisi 2: kepemimpinan transformasional manajer produksi UKM dapat diaplikasikan dalam menjalankan bisnis UKM

Kepemimpinan yang melayani, yang menekankan kepada kebajikan dan altruisme, menjadi perhatian sebagai solusi potensial untuk krisis kepemimpinan yang dirasakan saat ini. Pemimpin pelayan adalah pelayan pertama. . . . Itu dimulai dengan perasaan alami bahwa seseorang ingin melayani, untuk melayani terlebih dahulu. Kemudian pilihan sadar membawa seseorang untuk bercita-cita memimpin (Franklin, 2010). kepemimpinan yang melayani dianggap akan mengarah pada karyawan, lebih bahagia dan lebih puas, dan lebih bersedia dan dengan mudah berkontribusi pada tujuan yang ditetapkan untuk organisasi (Oliveira & Ferreira, 2012). Sehingga kepemimpinan manajer produksi UKM harus berfokus pada

melayani orang, mempromosikan interoperabilitas, yang pada gilirannya mengarah pada inovasi. *Servant leadership* adalah model kepemimpinan, yang inspirasional dan berlandaskan moral dalam proses kerja. Nilai-nilai dan kepercayaan yang dimiliki oleh *Servant leadership* memotivasi karyawan untuk melayani dan mampu memberikan pengaruh pada nilai-nilai bawahan. Oleh karenanya:

Proposisi 3: kepemimpinan yang melayani manajer produksi UKM dapat diaplikasikan dalam menjalankan bisnis UKM

Kontribusi Penelitian

Secara teoritis penelitian ini memberikan arahan pada konsep manajemen organisasi dan kepemimpinan pada konteks UKM. Gaya kepemimpinan transformasional dan *Servant leadership* dianggap mampu untuk mengantisipasi pengelolaan organisasi UKM di masa turbulensi dan globalisasi bisnis. Namun secara empiris, kajian ini perlu dikembangkan dalam melakukan uji kontekstual model perilaku manajer operasional UKM dalam menjalankan tugasnya.

Kelemahan dan saran

Walaupun studi ini memuat beberapa kontribusi, namun kelemahan yang ada perlu ditindaklanjuti. Beberapa kelemahan yang ada diantaranya adalah pada penyeragaman model UKM dengan kriteria yang beragam belum dieksplorasi dengan baik. Oleh karena itu riset berikutnya diharapkan mampu membedakan tingkatan UKM yang berbeda sebagai konteks penelitian.

Referensi

- Agus, A. A., Isa, M., Farid, M. F., & Permono, S. P. (2015). An assessment of SME competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness*, 7(2).
- Agwu, M. O., & Emeti, C. I. (2014). Issues, challenges and prospects of small and medium scale enterprises (SMEs) in Port-Harcourt city. *European Journal of Sustainable Development*, 3(1), 101-114.
- Baporikar, N. (2014). Strategic management overview and SME in globalized world. In *Handbook of Research on Strategic Management in Small and Medium Enterprises* (pp. 22-39). IGI Global.

- Bianchi, C., & Wickramasekera, R. (2016). Antecedents of SME export intensity in a Latin American Market. *Journal of Business Research*, 69(10), 4368-4376.
- Cant, M. C., & Wiid, J. A. (2013). Establishing the challenges affecting South African SMEs. *The International Business & Economics Research Journal (Online)*, 12(6), 707.
- D'Angelo, A., Majocchi, A., Zucchella, A., & Buck, T. (2013). Geographical pathways for SME internationalization: insights from an Italian sample. *International Marketing Review*, 30(2), 80-105.
- Dickson, P. H., Weaver, K. M., & Vozikis, G. S. (2013). The impact of the institutional environment on SME internationalization: An assessment of the environmental assumptions of emerging integrated models of internationalization. *Journal of Applied Business and Economics*, 15(3), 43-55.
- Fabeil, N. F., Marzuki, K. M., Rahim, I. H. A., Pazim, K. H., & Langgat, J. (2016). Exploring Factors for Small Business Start-up and Commercialization: Qualitative Evidence from Handicraft Entrepreneurs in Sabah, Malaysia. *Journal for Sustainable Tourism Development*, 5(1), 13-31.
- Fornasiero, R., & Zangiacomì, A. (2013). A structured approach for customised production in SME collaborative networks. *International Journal of Production Research*, 51(7), 2110-2122.
- Franklin, S. D. (2010). The influence of spirituality on servant leadership among small business entrepreneurs.
- Franco, M., & Matos, P. G. (2015). Leadership styles in SMEs: a mixed-method approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(2), 425-451.
- Gashi, P., Hashi, I., & Pugh, G. (2014). Export behaviour of SMEs in transition countries. *Small Business Economics*, 42(2), 407-435.
- Gopichandran, R., Shah, V. N., Patel, N. J., & Harinarayana, T. (2013). SMEs can overcome challenges and improve sustainability through preventive management strategies: some empirical evidences from a cluster of chemical industries in Western India. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 5(3), 209-223.
- Halim, H. A., Ahmad, N. H., Ramayah, T., & Hanifah, H. (2014). The growth of innovative performance among SMEs: Leveraging on organisational culture and innovative human capital. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 2(1), 107-125.

- Herliana, S. (2015). Regional innovation cluster for small and medium enterprises (SME): A triple helix concept. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 151-160.
- İşcan, Ö. F., Ersarı, G., & Naktiyok, A. (2014). Effect of leadership style on perceived organizational performance and innovation: The role of transformational leadership beyond the impact of transactional leadership—An application among Turkish SME's. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 881-889.
- Klewitz, J., & Hansen, E. G. (2014). Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review. *Journal of cleaner production*, 65, 57-75.
- Le, P. N. M., & Wang, X. (2013). Similarities and differences of credit access by Vietnamese and Chinese firms. *International Journal of Business and Social Research*, 3(5), 185-201.
- Makasi, A., & Govender, K. (2015). Globalization and sustainable development: a conceptual model. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 341.
- Matzler, K., Schwarz, E., Deutinger, N., & Harms, R. (2008). The relationship between transformational leadership, product innovation and performance in SMEs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(2), 139-151.
- Mohiuddin, M., & Su, Z. (2013). Manufacturing small and medium size enterprise's offshore outsourcing and competitive advantage: An exploratory study on Canadian offshoring manufacturing SMEs. *Journal of Applied Business Research*, 29(4), 1111-1130.
- Mukumba, T. (2014). Overcoming SMEs challenges through critical success factors: A case of SMEs in the Western Cape Province, South Africa. *Economic & Business Review*, 16(1).
- Ocloo, C. E., Akaba, S., & Worwui-Brown, D. K. (2014). Globalization and competitiveness: Challenges of small and medium enterprises (SMEs) in Accra, Ghana. *International Journal of Business and Social Science*, 5(4).
- Oliveira, M. A. Y., & Ferreira, J. J. (2012). How interoperability fosters innovation: The case for servant leadership.
- Pattitoni, P., Petracchi, B., Potì, V., & Spisni, M. (2013). Cost of entrepreneurial capital and under-diversification: A Euro-Mediterranean perspective. *Research in International Business and Finance*, 27(1), 12-27.
- Rahman, N. A., Yaacob, Z., & Radzi, R. M. (2016). The challenges among Malaysian SME: A theoretical perspective. *World*, 6(3), 124-132.

- Rana, M. B., & Sørensen, O. J. (2013). Exploring management and entrepreneurial factors in the internationalisation of SMEs: evidence from the Bangladeshi apparel industry. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(4), 517-542.
- Rittenhofer, I. (2015). The reflexive case study method: A practice approach to SME globalization. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(3), 410-428.
- Sakka, S. (2013). The impact of applying quality management system and environment standard on organization performance an application on SME'S in Egypt. *European Journal of Business and Management*, 5(19), 82-86.
- Satanova, A., & Sedliacikova, M. (2014). Quality controlling for small and medium-size enterprises. *Annals of Warsaw University of Life Sciences-SGGW. Forestry and Wood Technology*, 85.
- Spithoven, A., Vanhaverbeke, W., & Roijackers, N. (2013). Open innovation practices in SMEs and large enterprises. *Small Business Economics*, 41(3), 537-562.
- Valdiserri, G. A., & Wilson, J. L. (2010). THE STUDY OF LEADERSHIP IN SMALL BUSINESS ORGANIZATIONS: IMPACT ON PROFITABILITY AND ORGANIZATIONAL SUCCESS. *Entrepreneurial Executive*, 15.
- Vijayakumar, S. (2013). The status of Small and Medium Enterprises and promotions for their growth in Sri Lanaka. *International Journal on Global Business Management and research*, 1(2), 1-12.
- Yasin, G., Nawab, S., Bhatti, K. K., & Nazir, T. (2014). Relationship of intellectual stimulation, innovations and SMEs performance: Transformational leadership a source of competitive advantage in SMEs. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19(1), 74-81.